

Stephan Joohs

Järvinet Oy:n asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyö

Syksy 2011

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

PK - yrittäjyyden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: PK -yrittäjyyden koulutusohjelma

Tekijä: Stephan Joohs

Työn nimi: Järvinet Oy:n asiakastyytyväisyys

Ohjaaja: Kimmo Kulmala

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 34

Liitteiden lukumäärä: 10

Opinnäytetyö koskee asiakastyytyväisyyskyselyä, joka on tehty Järvinet Oy:lle. Tavoitteena on selvittää, mitä palveluita tulisi parantaa ja mitkä palvelut olivat jo ennen tyytyväisyyskyselyä toimivia. Asiakastyytyväisyyskyselyssä kyseltiin myös hiukan uusista palveluista ja siitä, kuinka asiakkaat olisivat niitä valmiita käyttämään.

Opinnäytetyön alussa käydään läpi, kuka on tutkimuksen tilaaja ja minkälaisia tavoitteita tutkimukselle heidän taholtaan on asetettu. Siinä käydään läpi, minkälaisesta kyselystä opinnäytetyössä on kyse ja kuinka kysely tullaan jatkossa toteuttamaan.

Opinnäytetyössä tutustutaan Webropol -järjestelmään, jolla kysely on tehty ja kuinka se käytännössä toimii. Kysymykset on luotu kirjallisuuden ja muiden opinnäytetöiden pohjalta. Kysely on tehty Webropol -järjestelmää käyttäen.

Kyselyyn vastanneiden määrä oli 25 % lähetettyjen kysymysten määrästä. Määrä olisi voinut olla suurempi, mutta sähköpostilla lähetetty kysely on helpompi ohittaa. Opinnäytetyössä saaduista tuloksista saatiin paljon hyödyllistä tietoa Järvinet Oy:n toimintaa varten. Myös uutta helpdesk -palvelua varten työssä tehtiin esitutkimusta.

Avainsanat: asiakastyytyväisyys, mielipidetutkimus, tutkimus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business School

Degree programme: Degree Programme in SME Business Management

Author: Stephan Joohs

Title of thesis: Customer satisfaction in Järvinet Ltd

Supervisor: Kimmo Kulmala

Year: 2011

Number of pages: 34

Number of appendices: 10

The thesis consists of a customer satisfaction survey made for Järvinet Ltd. The goal was to find out what services should be improved and what services were already working at the time of the satisfaction survey. The customer satisfaction survey also included some questions about some new services to find out how willing the customers would be to use them.

At the beginning of the thesis, the commissioner of the study and the research objectives set for it are mentioned, and the content and methodology of the thesis is dealt with.

This thesis introduces the Webropol system, which the survey was done with, and how it works in practice. The questions were created based on literature and previous theses. The survey was made using the Webropol system.

The response rate was 25 per cent. The figure could have been higher, but the survey was sent by e-mail, and so it was easier to pass over. The results of the thesis provide a lot of useful information for Järvinet Ltd. Also some research was made for a new helpdesk service.

Keywords: customer satisfaction, survey, research

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ	4
Kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
1 TYÖN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET	7
1.1 Työn kuvaus.....	7
1.2 Järvinet Oy	9
2 AIHE JA ASIAKKUUS	11
2.1 Aiheen valinta.....	11
2.1.1 Aiheen ideointi	11
2.1.2 Hyvän aiheen kriteerit	12
2.1.3 Aiheen rajaaminen	12
2.1.4 Aiheeseen perehtyminen	13
2.2 Asiakkuus ja tyytyväisyys.....	13
2.3 Mitä palvelut ovat ?	14
2.3.1 Palvelun laatu	15
2.3.2 Asiakkaan kokemus laadusta.....	15
3 WEBROPOL JA KYSYMYKSET	17
3.1 Webropol tietoutta	17
3.2 Webropolin käyttö	17
3.3 Kysymysten laatiminen	18
3.3.1 Omat pohdinnat	19
3.3.2 Järvinet Oy:n toiveet	20
3.3.3 Vertailukohteiden haku.....	21
3.3.4 Kysymysten vienti Webropoliin	21
3.4 Asiakastyytyväisyyskyselyn järjestäminen	22
3.4.1 Kenelle kysely on tehty ?	22
3.4.2 Kyselyn pitäminen.....	23
4 TULOKSET	24
4.1 Taustatietoa tuloksille.....	24

4.2 Tulosten analysointi	27
4.2.1 Perustiedot.....	27
4.2.2 Palvelun laatu	28
4.2.3 Vasteaika	28
4.2.4 Oman työympäristön ohjelmat ja tietotekniset laitteet	29
4.2.5 Mielenpide palveluista.....	29
4.2.6 Palvelun kehittäminen.....	30
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	31
LÄHTEET.....	33
LIITTEET.....	35

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1 Sukupuoli	24
Kuvio 2 Ikäjakaut.....	25
Kuvio 3 Tietotekniikan käyttökokemus	25
Kuvio 4 Palveluala	26
Kuvio 5 Työnantaja	27

1 TYÖN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

1.1 Työn kuvaus

Työssä tutkittiin, mitä mieltä Järvinet Oy:n asiakkaat ovat heidän asiakaspalvelusta ja heidän tuottamistaan palveluista. Lisäksi asiakastyytyväisyyskyselyn loppuosassa asiakkailta kysyttiin myös muutama kysymys palvelun laadun ja tehokkuuden parantamisen suhteen. Tarkoituksena oli koostaa asiakastyytyväisyyskyselyn kysymysten pohjalta selkeät raportit vastauksista, joista olisi helppo tulkita, missä olisi parannettavaa ja mikä osa-alue on hyvällä pohjalla.

Työ jakaantuu kahteen eri osioon. Teoriaosiossa käydään läpi, kenelle työ on tehty, millä työkaluilla työ on tehty ja mistä kysymykset ovat rakentuneet. Käytännön osuudessa käytiin läpi varsinaisen kyselylomakkeen tekeminen, miten kysymykset kasattiin Webropol -ohjelmaan ja kysymysten lähettäminen Järvinetin asiakkaille. Opinnäytetyö rajattiin kyselyn tekoon ja sen jatkuvuuden varmistamiseen. Jatkuvuuden varmistaminen tehtiin opettamalla Webropol -ohjelman käyttö Järvinetin työntekijälle, jotta he voisivat jatkossa toistaa kyselyn.

Idea tehdä asiakastyytyväisyyskyselyn Järvinet Oy:n asiakkaille, johtui Järvinetin mielenkiintoisesta konseptista. Järvinetin omistavat Järvinetin omat asiakkaat, jotka ovat tässä tapauksessa kuntia. Tämä tekee kuviosta erittäin mielenkiintoisen. Periaatteessa Järvinet Oy on vastuussa asiakkaalle pelkästään jo tämän omistuskuvion takia. Kiinnostusta lisäsi se, että tutkimuksen tekijä oli työskennellyt Järvinetillä ja tiesi, että palaute, niin hyvä kuin huonokin, on aina erittäin tervetullutta informaatiota.

Asiakastyytyväisyyskysely tehtiin ohjelmalla nimeltä Webropol, joka on Internetin välityksellä toimiva kysely ja tiedonkeruutyökalu. Järvinetiltä löytyi lisenssi kyseiseen ohjelmaan, joten sitä ei tarvinnut erikseen lähteä hankkimaan kyselyn tuottamista varten.

Työn tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon vastauksia, jotta tieto asiakastyytyväisyydestä olisi mahdollisimman kattava. Tarkoitus oli saada mielipide palve-

luista ja asiakaspalvelun asenteesta. Kuinka ystävällistä, yhteistyökykyistä, ammattitaitoista ja huolellista palvelu on ja kaikkea tähän liittyvää.

Toisena tavoitteena oli kyselyn jatkuvuuden varmistaminen. Tämä tapahtui opastamalla joku Järvinet Oy:n henkilökunnasta suorittamaan sama asiakastyytyväisyyskysely heidän katsomanaan ajankohtana.

Tutkimukselle olisi tarkoitus saada jatkuvuus. Jatkuvuuden varmistamisen myötä olisi selvää, että tämä kysely toistettaisiin. Jatkuvuudesta olisi suuri hyöty, koska sitten tämä kysely toimisi vertailukohteena sille informaatiolle, jota tulevaisuudessa saataisiin. Näin ollen voitaisiin seurata, mihin suuntaan Järvinet Oy:n kehitys on menossa ja millä osa-alueilla on parannettavaa.

Jotta tämä jatkuvuus varmistuisi, täytyi Järvinet Oy:n henkilökunnasta yhden henkilön koulututtaa tehtävään ja suorittaa asiakastyytyväisyyskysely myöhemmässä vaiheessa. Kyseinen järjestelmä jolla kysely tehtiin, oli helppokäyttöinen ja helposti opetettavissa ATK-osaajalle. Muutenkin järjestelmä itsessään, piti sisällään erittäin hyvät ohjeet.

Luvussa yksi käsitellään lyhyesti asiakastyytyväisyyskyselyn taustaa ja lähtökohtia sekä tavoitteita ja esitellään myös työn tilaaja. Toisessa luvussa käydään läpi asioita liittyen tutkimukseen ja asiakastyytyväisyyteen. Kolmannessa luvussa käydään läpi Webropol -järjestelmää jolla varsinainen kysely suoritetaan ja kuinka tätä ohjelmaa käytetään ja tarkastellaan myös esitettyjä kysymyksiä. Neljännessä luvussa käydään kaikki tulokset läpi. Viimeisessä eli viidennessä luvussa käydään läpi yhteenveto ja omat pohdinnat ja lopputulos.

Tutkimus toteutettiin Webropol -nimisellä järjestelmällä. Kyselyn kohderyhmänä oli Järvinet Oy:n asiakkaat, eli sen omistajakunnat. Kysely lähetettiin ensimmäisen kerran 12.3.2009 noin 2200 eri sähköpostiosoitteeseen. Koska järjestelmä piti kirjaa siitä kuinka monta vastausta oli tullut ja myös kuka oli vastannut ja kuka ei. Tästä johtuen kyselyn pystyi uusimaan niille jotka eivät olleet vastanneet. Uusintalähetys suoritettiin 25.3.2009. Näin ollen kokonaisuudessaan vastausaikaa annettiin 15 vuorokautta.

1.2 Järvinet Oy

Järvinet Oy oli tutkimuksen aikana Alajärven kaupungin, Evijärven kunnan, Järvi-seudun koulutuskuntayhtymän (JAMI), Lappajärven kunnan, SuurKauhavan kaupungin, Kuntayhtymä Kaksineuvoisen, Kuortaneen kunnan, Soinin kunnan ja Vimpelin kunnan omistama yhtiö.

Yhtiö on perustettu 20.8.2002 ja palvelutuotanto on aloitettu 1.1.2003. Yhtiö tuottaa ICT- sekä talous- ja henkilöstöhallinnon palveluita ensisijaisesti omistajilleen. Tässä asiakastyytyväisyyskyselyssä keskitymme ainoastaan ICT- palveluihin, siitä johtuen esittely kattaa vain kyseiset palvelut.

Liikevaihto vuonna 2007 oli 1,2milj. €. Päätoimitilat sijaitsevat Alajärvellä, lisäksi yhtiöllä on sivutoimipisteet Alahärmässä, Lappajärvellä ja Vimpelissä. Yritykselle ei ole ennen tehty asiakastyytyväisyyskyselyä. (Järvinet Oy [Viitattu 18.10.2011])

Järvinetin tuottamiin ICT -palveluihin kuuluu E-kirjeiden välityspalvelu, Hankinta-palvelut jotka kattavat työasemat, palvelimet, kytkimet, palomuurit, ohjelmistot, valokaapelihitsaukset, digiboxit, puhelinluettelotiedot, gsm-liikenteen, puhelinjärjestelmät, videotykit, videoneuvottelulaitteet ja videovalvontalaitteet. Konesalipalvelut kattavat laitetila- ja tai ylläpitopalvelut. Henkilöturvajärjestelmä - ja palvelut joka pitää sisällään kartoituksen, koulutuksen, laitteet ja asennuksen. Tällaisia palveluita käytetään esimerkiksi sosiaalitoimistoissa, terveyskeskuksissa ja hoitolaitoksissa.

Ohjelmistopalveluista löytyy Logican tuottamat taloudenohjaus Pro Economica, henkilöstöhallinto Pro Excellenta, sosiaalitoimi Pro Consona ja VisualWebin Sidedadmin jolla voi tehdä WWW -julkaisuja. Lisäksi löytyy koulutuspalvelu joka kattaa koulutuksen suunnittelun ja toteutuksen, sekä konsultointi-, suunnittelu-, kehittämispalvelut. Puhepalveluihin ja puhelinjärjestelmään kuuluu Alcatel OmniPCX Enterprise laitteisto, VOIP -järjestelmä, analogiset ja digitaaliset puhelimet, DECT -järjestelmät ja IP -puhelimet.

Nykyisin Järvinetillä on käytössä kaksi eri sähköpostipalvelua: Open Xchange ja Zimbra. Molemmissa on sähköposti, kalenteri, dokumenttien hallinta, ilmoitustaulu, projektien seuranta ja hallinta, tehtävien hallinta, tietokanta, keskustelufoorumi ja

Outlook-synkronointi. Molemmat järjestelmät ovat avoimen lähdekoodin tuotteita. Tietoliikennepalveluihin kuuluu kaikkien Järvinetin omistajakuntien lähiverkot yhdistävä runkoverkko ja myös vuokrajohdoin rakennetut yhteydet hyväksikäyttäen VDSL, SHDSL ja ADSL laitteita. Tietoturvapalvelut kattavat palomuuripalvelut seutuverkossa sekä palomuuuri- ja virustarkistuspalvelu palvelimissa ja työasemissa, joka on tällä hetkellä F Securen tuottama. Tietoturvakoulutus ja ohjeistus ovat myös osa tätä palvelua.

Työajanseuranta- ja kulunvalvontapalvelu Hedsam -järjestelmää hyväksikäyttäen. Kotimainen Hedsam -järjestelmä koostuu tietokonepohjaisesta keskuslaitteistosta ja kenttälaitteista. Videovalvontapalvelu toimii Asan järjestelmällä ja siihen kuuluu tallentava videovalvontajärjestelmä, kamerat, asennus ja ylläpito. Järvinet myös ylläpitää työasemia ja palvelimia, asentaa ohjelmistoja, ylläpitää verkkoja ja puhe- linjärjestelmää kuten edellä mainittiin. Palveluista löytyy lisäksi verkkolomakkeet, väestötietojen välityspalvelu ja portaalipalvelut. (Järvinet [Viitattu 18.10.2011])

Kuten edeltä voi huomata, Järvinetillä on laaja valikoima palveluita. Järvinet on koko ajan kasvava yritys. Järvinetin perustajakunnat olivat Alajärvi, Vimpeli, Lappajärvi, Evijärvi ja Kortesjärvi (nykyisin Kauhavan Kortesjärven kylä). Joten tätä nykyä Järvinet on kasvanut paljon. Omistajakunnat eivät ole ainoita jotka palveluita käyttävät, palvelut ovat tarjolla myös muillekin kuin omistajille. (Järvinet Oy:n ICT –palvelut [Viitattu 15.10.2011])

2 AIHE JA ASIAKKUUS

2.1 Aiheen valinta

Aiheen valinta voi olla hankalaa jopa kokeneellekin kirjoittajalle. Juuri tästä syystä tähän tuleekin kiinnittää suurta huomiota. Kannattaa varata sopivasti aikaa, kun sitä pohtii. Yleisesti voi ajatella, että hyvän tutkimusaiheen löytäminen siivittää hyvään tutkimukseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 60) Mahdollisuuksia työnaiheeksi olisi ollut monia. Mutta loppujenlopuksi päädyttiin asiakastyytyväisyys kyselyyn.

Oman aiheen valinta tuli jokseenkin luontevana, koska tutkijalla oli aikaisempia kytköksiä Järvinet Oy:lle. Osaksi se saattoi helpottaa aiheen valintaa, mutta tuttu ympäristö saattoi jollain tavoin lisätä paineita työn onnistumisesta. Näin ollen aiheen valinnasta käytiin vielä neuvotteluja ohjaajan kanssa. Kun tutkittava kohde oli tuttu, niin se osaltaan lisäsi kiinnostusta työn tekoon kuten (Hirsjärvi ym. 2008) kertoivat kirjassaan.

2.1.1 Aiheen ideointi

On kaksikin tapaa, jolla aiheen etsimisen voi aloittaa. Ensimmäinen tapa on lähteä tutusta aihepiiristä liikkeelle ja sieltä valita täsmällinen aihe. Toinen tapa taas valitsee täysin uuden aiheen tai alueen tutkimuksen kohteeksi. Valitsee sitten ensimmäisen tai toisen tavan, niin niillä molemmilla on omat hyvät ja huonot puolensa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 60)

Kuten tämän tutkimuksen kohdalla, aiheeksi on valittu tutkijalle suhteellisen tuttu aihe. Näin ollen tämä antaa omat etunsa tutkimusta eteenpäin viedessä. Tämä tarkoittaa sitä, että mitä enemmän tutkijalla on tietoa ennakkoon tutkittavasta aiheesta, niin hän pystyy helpommin selvittämään onko tarvetta tutkia joitain erityisalueita.

2.1.2 Hyvän aiheen kriteerit

Hyvälle aiheelle on määritetty kriteerit, joiden jollain tapaa tulisi täyttyä. Aiheen tulisi olla oikeasti tutkijaa kiinnostava, koska työn läpivieminen saattaa viedä vähintäänkin puolen vuoden työpanoksen, useissa tapauksissa pidempään. Väitöskirjatyöt vaativat yleensä aina puolet enemmän aikaa, kuin alkujaan on suunniteltu. Tällaisten seikkojen takia aiheen tulisi olla oikeasti sellainen, joka kiinnostaa tutkijaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 71)

Aiheen sopivuutta omaan tieteenalaan on myös hyvä ajatella. Nykyään ongelmaksi voi kuitenkin muodostua monitieteiset tutkimushankkeet, näin ollen tutkimus ei koske yksinomaan valittua tieteenalaa. Näistä asioista tulee keskustella ohjaajan kanssa aihetta haettaessa.

Seikkoja joita täytyy aihetta valitessa ottaa huomioon. Aiheen tutkimisen täytyy antaa myös tutkijalle jotain vastinetta. Myös hyvä olisi, että työlle olisi sopiva ohjaaja tiedossa. Myös se, että aihetta koskeva tutkimus pystyttäisiin suorittamaan kohtuullisessa ajassa. Ennen aiheen valintaa on tehtävä taustatyötä sitä varten, että löytyykö aiheeseen liittyvää tietoa tarpeeksi.

On myös aiheita, joita on hyvä välttää. Aiheen ei tule olla liian laaja, jos näin on, niin sitä tulee rajata. Kuten aikaisemmin mainittiinkin, että hyvän aiheen valinnan kriteeri on, että aiheesta löytyy lähdekirjallisuutta. Näin ollen sellaista aihetta, josta ei lähdekirjallisuutta löydy ei kannata valita. Aiheen myös tulee olla sellainen, joka ”avautuu” tutkijalle.

2.1.3 Aiheen rajaaminen

Aiheen löydyttyä, sitä tulee useimmiten rajata. Kuten tässäkin tilanteessa työtä rajattiin pelkästään ICT –palveluiden tuottajiin. Järvinet Oy tuottaa myös tilitoimisto palveluita, mutta tässä tutkimuksessa niiden asiakkaiden tyytyväisyyttä ei mitata.

Aloitteleva tutkija tekee normaalisti kaksi perusvirhettä. Ensimmäiseksi he eivät pysty erittelemään tutkimusongelmia jokapäiväisistä ongelmista (rasismi, työttö-

myys jne.). Tällaiset ongelmat ovat sosiaalisia. Toinen perusvirheistä on aiheen valinta, joka on toivottoman laaja tutkittavaksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 75)

Vaatimus tiukasta rajauksesta on peräisin kvantitatiivisesti painottuneesta tutkimuksesta. Tutkimusta aloittava opiskelija aloittaa aiheen ehdottamisen liian yleisellä tasolla, kuten maatalouteen liittyvä tai metalliin liittyvä. Kun lähtökohta on tällainen, se on aivan liian epämääräinen. Kun aihe on näin ilmaistu, niin se on silloin liian väljä esseenkirjoitelmien ja muidenkin kirjallisten töiden pohjaksi. Pro gradu –tutkielman tekoon taas väljä ja laajempi aihe on sopivampi.

2.1.4 Aiheeseen perehtyminen

Kun tutkimusta aloitetaan tekemään, niin aiheeseen perehdytään kirjallisuuden avulla. Tämän katsauksen myötä on tarkoitus suunnata ja ohjata niitä valintoja, joita tutkimuksessa tehdään. Joskus onkin nurinkurista, jos ensiksi kerätään aineistoa ja sen jälkeen vasta aloitetaan laatimaan ns. taustaa. Ohjeena onkin, että ensiksi kerätään kirjallisuus ja kun kirjallisuus on käyty läpi, niin sen pohjalta aloitetaan konkreettinen mittaaminen ja aineiston kerääminen. Saattaa käydä jopa niin, että kun aiheeseen on tarpeeksi tutustunut kirjallisuuden kautta, niin tutkimushanke raukeaa. (Hirsjärvi, Liikanen, Remes & Sajavaara 1986, 14)

2.2 Asiakkuus ja tyytyväisyys

Julkisilla aloilla on paljon palvelutehtäviä ja niissä on paljon julkisin varoin palkattuja yhteiskunnan asioita hoitavia asiakaspalvelijoita. Esimerkkinä voisi sanoa Suomen valtion ja 450 kaupungin ja kunnan työntekijät. Kaikkia siivoojista ministereihin voi katsoa asiakkaidensa ja kansalaisten palvelijoiksi. (Nordman-Sjöberg & Nieminen 1998, 3)

Asiakastyytyväisyys yritysmaailmassa on yksi tärkeimpiä tavoitteita kestävänsä kehityksen varmistamisessa. Kuten tiedossa on konkreettisten tuotteiden ja palveluiden tarjoajia on pääsääntöisesti alalla kuin alalla enemmän kuin potentiaalisella

asiakaskunnalla on tarpeita. Normaalisti tuotelaatu on useimmilla aloilla asiakkaiden odotuksissa itsestään selvästi tarpeeksi korkea, joten tämä ei riitä kilpailuseeksi. Mutta taas toisaalta sen puute voi viedä yrityksen turmioon, koska pettynyt asiakas löytää kyllä vastaavaa tarjontaa tarpeidensa tyydyttämiseksi. (Norman-Sjöberg ym. 1998, 9)

Asiakkaille on tärkeää, kuinka vuorovaikutus palvelun tarjoajan kanssa toimii. Tällä asialla on suuri merkitys kun palvelun laatua arvioidaan. Monta kertaa vuorovaikutuksesta syntynyt käsitys laadusta luo pohjan koko palvelun laadun arvioinnille. On myös hyvä muistaa, että kaikki yrityksen työntekijät jotka ovat vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa luovat kuvaa asiakaspalvelun laadusta. Palvelun laatu ei ole pelkästään niiden henkilöiden vastuulla, joiden pääasiallinen tehtävä on asiakaspalvelu. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 45)

Asiakas on tyytyväinen, jos hänen kokemuksensa palvelusta ovat parempia tai edes yhtä hyviä kuin hänen odotuksensa. Asiakkaiden odotusten ylittäminen on vaikeaa pitkällä aikavälillä. Jos on hyviä kokemuksia niin se lisää aina odotuksia ja jossain vaiheessa tulee raja vastaan odotusten täyttämiseksi. Väitetään että asiakastyytyväisyydellä on todella suuri merkitys yrityksen menestykseen. Mitä tyytyväisempiä asiakkaita on, sen menestyvämpi yritys on. Kun asiakastyytyväisyys on hyvä, se saa asiakkaan käyttämään palveluita, kun myös kertomaan niistä myös muille potentiaalisille asiakkaille. (Lounasaho 2006. 21, Järvelin, Kvist, Kähäri, Räikkönen 1992, 42 – 43. mukaan)

Asiakastyytyväisyyttä voi mitata monin eri menetelmin. Asiakastyytyväisyyskysely kuitenkin taitaa olla eniten käytetty muoto. Asiakastyytyväisyyskysely auttaa ymmärtämään mitä haluja asiakkaalla on ja paljastaa missä on suurimmat puutteet. Kun asiakastyytyväisyyttä tutkitaan, niin tarkoituksena ei ole saada vastauksia, vaan niiden tehokas hyväksikäyttö. (Lounasaho 2006 35, Rope 2004 83 mukaan)

2.3 Mitä palvelut ovat ?

Palvelun voisi määritellä aineettomaksi ja sellaiseksi, joka ei johda omistusoikeuteen. Palvelu on toiminto tai hyöty, jota asiakkaalle tarjotaan. Palvelun tarjontaa

liittyy myös erilaisten tavaroiden, esineiden ja laitteiden kauppaan. Harvemmin onkin, että puhtaasti palvelua myydään tai pelkästään tavaraan, monesti on että myydään näiden yhdistelmää.

Elintarvikkeet ovat fyysisiä tuotteita ja näihin ei sinällään liity minkäänlaista palvelua. Ravintolan tuotteet taas ovat hyvä esimerkki siitä, kuinka siitä löytyy molempia eli palvelua ja fyysinen tuote. Kun on kyse neuvonta- tai koulutuspalvelusta, silloin on kyse puhtaasta palvelusta, eli siinä ei ole mukana fyysistä tuotetta. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 21)

2.3.1 Palvelun laatu

Teollisuudessa laadun määrittäminen on paljon selkeämpää kuin palveluiden tuotannossa. Laite tai kone joko toimii tai sitten ei. Tai sitten koneella valmistettu tavara täyttää sille laaditut kriteerit tai sitten ei. Vaikkakin palveluiden tuotannossa voi palvelun laadun joillakin asteikoilla määrittää niin se jättää enemmän tilaa subjektiiviselle, yksittäisen henkilön omaan arvomaailmaan ja mielenkiintoon pohjautuville näkemyksille. Joku saattaa pitää nopeasta, toinen huolellisesta ja kolmas huomaamattomasta palvelusta ja joillekin vain hinta ratkaisee. (Reinboth 2008, 96)

Jos yrityksellä on oikein huono imago se voi vaikuttaa koettuun palvelun laatuun heikentävästi. ja jos toisinpäin niin asiakas voi antaa helpommin anteeksi pienet poikkeamat laadussa. Kokonaislaatuun voi myös vaikuttaa minkälaiset odotukset asiakkaalla on etukäteen. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 46)

2.3.2 Asiakkaan kokemus laadusta

Asiakkailla kokemus laadusta monesti koostuu siitä, että mitä asiakas loppujenlopuksi tuotteesta tai palvelusta saa. Tyyli jolla asiakas palvelun saa, saattaa olla joissain tapauksissa olla asiakkaalle tärkeämpää, kuin itse palvelun lopputulos. Näin ollen palvelevan henkilön ja kuluttajan olevan asiakkaan välinen vuorovaikutus on tässä tapauksessa avain asemassa.

Suuressa roolissa on myös se, minkälainen mielikuva kokonaisuudessaan asiakkaalla on organisaatiosta, jossa hän asioi. Joissakin tapauksissa asiakkaan mielikuva organisaation hyvästä imagosta saattaa antaa anteeksi joitain sen tekemiä virheitäkin. (Ylikoski 1999, 118)

3 WEBROPOL JA KYSYMYKSET

3.1 Webropol tietoutta

Webropol on Internetin välityksellä toimiva kysely ja tiedonkeruutyökalu. Sillä voi toteuttaa kyselylomakkeita, kerätä vastauksia ja raportoida tulokset. Tyypillisimmin kyseistä ohjelmaa käytetään asiakastyytyväisyyskyselyihin, asiakaspalautteisiin, ilmoittautumislomakkeisiin, tuote- ja laatukselyihin, henkilöstökyselyihin, koulutuspalautteisiin ja projektikyselyihin. Webropolin hyvä puoli on, että se vaatii ainoastaan Internet yhteyden ja Internet selaimen.

Nykyisellä volyymillään Webropol kuuluu alansa johtaviin palveluntarjoajiin Euroopassa. Webropolilla on tavoitteena 50000 asiakkaan rajan rikkominen ja maailmanlaajuinen markkinajohtajuus. Webropolin asiakaskunta koostuu monista eri aloista ja tästä johtuen sen kehitystyö jatkuu tulevaisuudessakin. Esimerkkinä voisi sanoa Finnairin, monet eri sairaanhoitopiirit ja Webropolilla on myös tuotettu hiihdon maailmanmestaruuskisojen 2001 asiakastyytyväiskysely. (Webropol [Viitattu 23.10.2011])

3.2 Webropolin käyttö

Webropol on web -liittymällä toimiva järjestelmä ja sitä käytetään Internet selaimella, kuten Internet Explorer tai Mozilla Firefox. Webropolin etusivulla on kirjautumisvalinta, josta järjestelmään pääsee sisään. Webropolin käyttö tapahtuu selkeällä käyttöliittymällä. (Webropol [Viitattu 23.10.2011])

Päävalikosta löytyy kaikki tärkeimmät asiat joita kyselyn aloittamisessa tarvitaan. Myös ohjeistus käyttöön ja palautteenanto sijaitsee etusivulla mikä on osuva paikanvalinta. Webropol järjestelmää voi käyttää niin suomen-, ruotsin-, englannin-, venäjän-, saksan-, ranskan-, italian-, norjan- kun myös latviankielisenä. Käytettävä kieli on muunneltavissa myös etusivulla. Reunassa on vielä valinta josta voi valita avustuksen olevan päällä tai pois. Kyselyä aloitettaessa valitaan Kyselyt ja sieltä Uusi kysely (LIITE1). Raportointia tehdessä valitaan Raportointi ja sen alta kysely

josta raportti halutaan tuottaa. (LIITE 2) Asetuksista voisi tehdä jotain hienosäätöjä kyselyä varten. Käyttäjätiedot näyttää kuka käyttäjä on, mitä oikeuksia käyttäjällä on ja riippuen käyttöoikeuksista se sisältää myös käyttäjähallinnan. Käyttöä helpotti huomattavasti kattava ohjeistus, joka löytyi myös edellä mainituilla kielillä.

3.3 Kysymysten laatiminen

Kysymysten laatiminen aloitettiin hakemalla vastaavaa materiaalia verkosta ja kirjallisuuden parista. Ensimmäiseksi haettiin mallia ja pohjaa siitä minkälainen kyselyn ulkonäkö tulisi olla. Samalla vertailtiin kyselyiden vastausmallia ja rakennetta. Yhtenäistä kaikille kysymyksille oli perustietojen hankkiminen kyselyn alussa (LIITE 3) jossa tuli esiin kyselyn kannalta kaikki tarvittavat perustiedot.

Seuraavaksi aloitettiin tarkempi tutustumisen itse Järvinettiin, jotta saataisiin tietoa, mitä palveluita he tarkalleen ottaen tuottavat. Ja miettimään, mitä kysymyksiä tul-taisiin kysymään heidän palveluistaan. Tämän tiedon myötä alettiin laatimaan pa-perille kysymyksiä ja miettimään niiden ryhmittelyä. Kuten aikaisemmin mainittiin kyselyn alussa tuli perustiedot, joiden pohjalle muita kysymyksiä alettiin laatimaan. Tämän jälkeen vuorossa on palvelun laatu, johon tällaisella alalla tulisi kiinnittää suurta huomiota. Tämän ajatuksen pohjalta laadittiin laatua koskevia kysymyksiä (LIITE 4) mahdollisimman kattavien vastausten saamiseksi.

Monissa asiakaspalvelualoissa vasteaika on suuressa arvossa. Vasteaikaa voi mitata monilla eri keinoilla, mutta tässä kyselyssä lähdettiin liikkeelle peruskriteereillä, jotta kysely pysyisi mahdollisimman selkeänä. (LIITE 5) Seuraavat kysymykset (LIITE 5) mietittiin yhdessä Järvinetin yhteyshenkilön kanssa. Loput kysymykset (LIITE 6) mittasivat Järvinet Oy:n varsinaisten palveluiden asiakastyytyväisyyttä.

Kaikki kysymykset on laadittu samaa kaavaa käyttäen. Kyselyn lopussa kysyttyjä kysymyksiä ei suoranaisesti voi asiakastyytyväisyyskysymyksiksi sanoa, mutta toisaalta ne edesauttavat asiakaspalvelussa ja voivat myöhemmin olla Järvinet Oy:n palveluita (LIITE 7). Kyselyn viimeiseksi kysymykseksi asetettiin ”sana vapaa” laatikko johon voisi lisätä omia mielipiteitä ja vastauksia joihin ei kyselyn

muissa kysymyksissä ollut mahdollista vastata. Tällainen tyyli on todettu toimivaksi muissakin opinnäytetöissä. (Jokelainen & Ruuska-Rapu 2007, 23)

3.3.1 Omat pohdinnat

Kuten (Anttila, Melin, Räsänen 2005, 10.) kertoo, niin tutkijan tulee selvästi hahmottaa kaikki ne menetelmät, mitä hän tulee käyttämään ja myös aineiston ja teorian valitseminen auttaa valmistautumaan mahdollisiin ongelmiin. Näiden pohjalta tutkimukseen muotoillaan kysymykset.

Kyselystä tuli rakentaa mahdollisimman selkeä ja ymmärrettävä kokonaisuus. Näin kyselyyn ei olisi vaikea vastata ja se sujuisi kohtalaisen nopeasti. Jos kysely olisi vaikeaselkoinen ja pitkä niin monet jättäisivät vastaamatta kyselyyn, näin ollen vastausprosentin jäisi pieneksi. Tämän välttämiseksi täytyi tehdä paljon taustatyötä ennen kyselyn julkaisemista.

Vaikka Järvinet Oy:n toiveet olivat etusijalla, niin niistä täytyi muokata toimiva kokonaisuus. Kun oli selvillä mitä kyselyltä haluttaisiin, oli helpompi aloittaa kysymysten laadinta. Asiakastyytyväisyyteen liittyen on onneksi paljon kirjallisuutta ja Internet on täynnä tietoa. Tätä tietoa vain täytyi käyttää oikein, jotta kyselystä tulisi selkeä.

Kysymysten laatimisessa käytettiin paljon Internetistä löydettyjä kyselyitä vertausmallina. Kirjallisuuden puolelta hankittiin tietoa kysymysten asettelusta ja siitä, kuinka ihmiset jonkin kyselymallin kokevat. Tästä johtuen kyselyssä ei mittarina toiminut numerot vaan jokaiseen vastauksen oli määriteltävä toisenlaiset mittarit. (LIITE 8) Kysymysten järjestykseen halusin selkeyttä, joten jokainen tiettyyn asiaan liittyvä kysymys oli oman otsakkeensa alla. Tämän järjestelyn myötä kysely koostui kuudesta ryhmästä.

Pidettiin hyvänä vaihtoehtona kyselyn "kenraaliharjoitusten" pitämistä Järvinet Oy:n henkilökunnalle ennen kyselyn lähettämistä Järvinet Oy:n asiakkaille. Järvinet Oy:n henkilökunnalta saamistani viesteistä saatiin selville, että kysely olisi valmis lähtemään.

Sen jälkeen tuli aika jolloin kysely lähetettiin sähköpostitse Järvinet Oy:n asiakkaille. Tämä vaati oman työnsä, jotta kysely saatiin kaikille. Jokaisen asiakkaan sähköpostiosoite täytyi syöttää järjestelmään. Viimeiseksi tehtäväksi jäi viestin kirjoittaminen, joka näkyi Järvinetin asiakkaalle, ennen kuin he avaisivat kyselyn. Näin ollen viestin tuli olla tarpeeksi houkutteleva, ettei kysely päätyisi sähköpostin roskakoriin. Tästä johtuen lisättiin kyselyn viestin otsikkoon *päättötyö* sanan, koska ajateltiin tämän tuovan sympatiaa kyselyn tekijää kohtaan ja näin ollen lisää vastaajia.

3.3.2 Järvinet Oy:n toiveet

Kysymysten laadinnassa oltiin tiiviissä yhteistyössä Järvinet Oy:n kanssa sen suhteen, mitä he halusivat asiakkailtaan tietää. Kuten edellä mainittiin, kasattiin alustavat kysymykset Internetiä ja kirjallisuutta hyväksikäyttäen. Sen jälkeen kun saatiin alustava pohja kysymyksistä valmiiksi, se laitettiin sähköpostitse Järvinet Oy:lle, josta saatiin kommentoituja vastauksia. Vastausten sisältöön oli yleensä lisätty Järvinet Oy:n omia haluja ja korjauksia mahdollisiin muotoiluvirheisiin, joita saattoi olla palveluihin liittyvissä tiedoissa.

Järvinet Oy halusi tietää enemmän heidän tuottamistaan ICT -palveluista, joten heidän halujensa mukaisesti kyselyyn otettiin mukaan kaikkia heidän tuottamiaan ICT -palveluita koskevat kysymykset (LIITE 6). Tieto siitä että, pystyykö Järvinet Oy toimittamaan kaikki tarpeelliset palvelut ja tuotteet asiakkaalleen, kiinnosti myös Järvinet Oy:tä (LIITE 5).

Monien sähköpostien vaihdon jälkeen tuli selväksi mitä Järvinet Oy kyselyltä halusi ja kyselyä muokattiin sen mukaisesti. Myös kysymysten muotoiluun Järvinet Oy antoi omaa näkemystä, muuttamalla joitakin kysymysten tietoja oikeaan muotoon. Pääasia kuitenkin oli, että kysely suoritettaisiin ja siitä kerättäisiin talteen informaatiota dokumentaatiota varten.

3.3.3 Vertailukohteiden haku

Kyselyn kokoaminen alkoi vertailukohteiden haulla. Internetistä löytyi asiakastyytyväisyyskyselyitä, joista pystyi ottamaan mallia siitä, minkälaisia kysymys rakenteita ja malleja tulisi käyttää. (Kodinavux, ym. [Viitattu 20.09.2011])

Mallia löytyi myös muista opinnäytetöistä, joista löytyi hyvää tietoa kysymysten vastauksista. Vastausvaihtoehtona tuli käyttää kirjallisia vastausvaihtoehtoja. Numeralliset vastaukset eivät välttämättä anna oikeaa vastausta. Numerohurmos voi vääristää kysymysten vastauksia. Asiakastyytyväisyys on tunne, ja sen ilmaiseminen numeroina ei ole kovin helppoa. (Reinboth 2008. 106)

3.3.4 Kysymysten vienti Webropoliin

Kysymysten viimeisimmän version saatua hyväksynnän Järvinet Oy:ltä, tuli aika siirtää kysymykset Webropol -järjestelmään. Ennen kysymysten syöttämistä järjestelmään tuli miettiä järkevä ryhmittely kysymyksille, jotta kyselyssä olisi järkevä logiikka. Kun tämä oli suoritettu, kysymykset siirrettiin yksitellen järjestelmään.

Jokainen kysymys rakennettiin Webropolin ohjeita hyväksikäyttäen ja niiden mukaisesti. Valmiiden kysymysten ja selkeän ohjeen avulla kysymysten siirto järjestelmään toimi luontevasti. Kysymystyylejä järjestelmässä olisi ollut monia erilaisia, mutta kyselyn selkeyden kannalta käytettiin peruskyselymallia. Kysymysten oltua valmiina järjestelmässä, Webropolin asetuksista ulkoasu muokattiin silmälle miellyttävän näköiseksi. Jotta kysely oli luvattujen normien mukainen, tuli vielä kyselyn muitakin asetuksia muokata. Jotta kyselystä tuli täysin anonymi täytyi asetukset olla sen mukaiset (LIITE 9). Anonymistia kyselystä tuli myös ilmoittaa vastaajalle, näin ollen saataisiin todenmukaisemmat vastaukset, kuten (Anttila ja Kupari 2004) kertovat omassa tutkimuksessaan. Asetuksista täytyi myös määrittää se, että jokaiseen kysymykseen tulisi vastata, ettei tyhjiä vastauksia tulisi. (LIITE 10)

3.4 Asiakastyytyväisyyskyselyn järjestäminen

Kun kysymyksistä oli saatu valmis kysely pohja, niin täytyi hankkia sähköpostiosoitteet, joihin kyselyt lähetettiin. Kuten edellä on mainittu, Webropolilla voi lähettää kyselyn sähköpostitse ja tätä vaihtoehtoa käytettiin tämän kyselyn toteuttamisessa.

Osoitteista ei ollut mitään valmista listaa saatavilla, joten ne täytyi hankkia Järvinet Oy:n henkilökunnalta, jotka ylläpitävät sähköpostijärjestelmiä. Osoitelista koottiin kunnittain. Osaa osoitteista Järvinet Oy ei hallinnut, joten puuttuva tieto täytyi hankkia kyseisen kunnan kotisivulta. Kotisivuilta hankittu tieto täytyi vielä hyväksyttää Järvinet Oy:n yhdyshenkilöllä, jotta kysely ei menisi väärille henkilöille.

Osoitelistan valmistuttua osoitteet syötettiin järjestelmään. Tässä tapauksessa osoitteet oli kasattu tekstitiedostoon, joka syötettiin järjestelmään. Osoitteiden oltua järjestelmässä kysely olisi valmis lähtemään. Enää täytyi täyttää pakolliset tiedot, jotta kysely saatiin lähtemään. Nämä olivat otsakkeen täyttäminen, tervehdysviesti vastaajille ja oman sähköposti osoitteen lisääminen.

Kaksi viikkoa kyselyn lähettämisestä, tuli aika jolloin kysely uusittiin kaikille, jotka olivat jättäneet vastaamatta ensimmäisellä kerralla. Järjestelmä piti kirjaa ketkä olivat vastanneet, joten heille kysely ei toista kertaa lähtenyt.

3.4.1 Kenelle kysely on tehty ?

Kuten edellä on mainittu, niin Järvinet Oy on kaupunkien ja kuntien omistama yhtiö. Järvinet Oy tuottaa ICT - sekä talous- ja henkilöstöhallinnon palveluita. Mutta tässä asiakastyytyväisyyskyselyssä on keskitytty pelkästään ICT -palveluihin. Kunnilla ja kaupungeilla palveluiden käyttö on eriasteista ja joka paikassa ei käytetä kaikkia Järvinet Oy:n tuottamia palveluita. Tämä yritettiin huomioida kyselyssä mahdollisimman hyvin. Varsinaisia ICT -palveluita tällä hetkellä käyttävät: Alajärvi, Vimpeli, Evijärvi, Lappajärvi, Kauhava, Soini, Kuortane, Kuntayhtymä Kaksineuvoinen ja Järviseudun ammatti-instituutti (JAMI).

Vastaajakunta oli hyvin laaja, koska mukaan mahtui niin kaupunkeja, kuntia, oppilaitoksia, kuin myös terveystalvelun tuottajia. Kyselyyn vastasi ryhmä hyvin erilaisia osajia. Tämä seikka lisäsi kyselyn kysymysten tekemisen hankaluutta, mutta myös lisäsi sen mielenkiintoa.

3.4.2 Kyselyn pitäminen

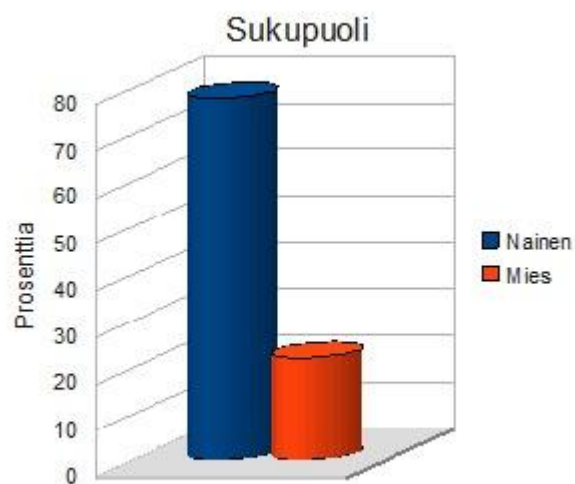
Kyselyn pitäminen ei suuria tehtäviä vaatinut. Täytyi laskea, kuinka monta sähköpostia oli jäänyt menemättä perille ja jos täytyi lisätä jostain syystä lisää posteja, niin sekin täytyi tehdä. Jotkin henkilöt saattoivat laittaa postia, etteivät he voi vastata, koska he eivät ole olleet yhteistyössä Järvinet Oy:n kanssa. Näille henkilöille vastattiin sähköpostiin ja sen jälkeen kirjattiin vastaamatta jättäminen.

4 TULOKSET

4.1 Taustatietoa tuloksille

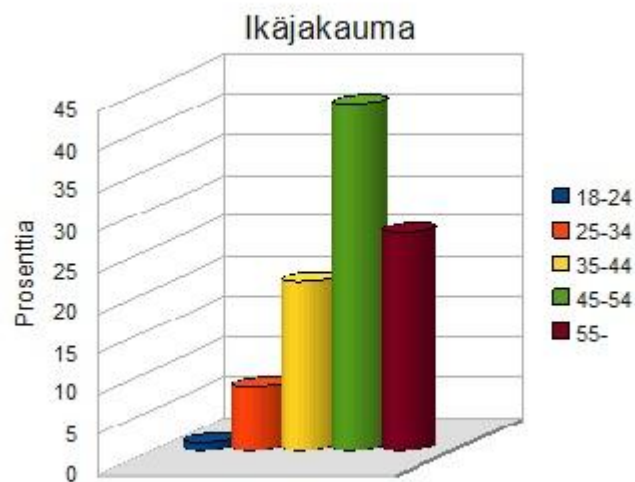
Tulosten analysoimiseksi, täytyi Webropol -järjestelmästä tulostaa vastaukset. Taustatietona kerrotaan vastaajien sukupuoli, ikä, tietotekninen käyttökokemus, palveluala ja työnantaja. Nämä viisi muuttujaa ovat suoraan asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksista.

Ensimmäisenä esitetään vastaajien sukupuolijakauma. Kuten taulukosta selvästi näkyy, naiset ovat olleet paljon miehiä aktiivisempia vastaamaan. Vastaajia oli kyselyssä yhteensä 543. Naiset antoivat 421 vastausta ja miehet 122 vastausta.



Kuvio 1 Sukupuoli

Toisessa kuviossa esitetään vastaajien ikäjakauma. Tässä tulokset paljastava 45 - 54 -vuotiaiden olevan aktiivisimpia vastaajia kyselyssä. 18 - 24 -vuotiaat antoivat 4 vastausta, 25 - 34 -vuotiaat 42 vastausta, 35 - 44 -vuotiaat 117 vastausta, 45 - 54 -vuotiaat 238 vastausta ja viimeisenä 55 vuotiaat ja vanhemmat antoivat 142 vastausta.



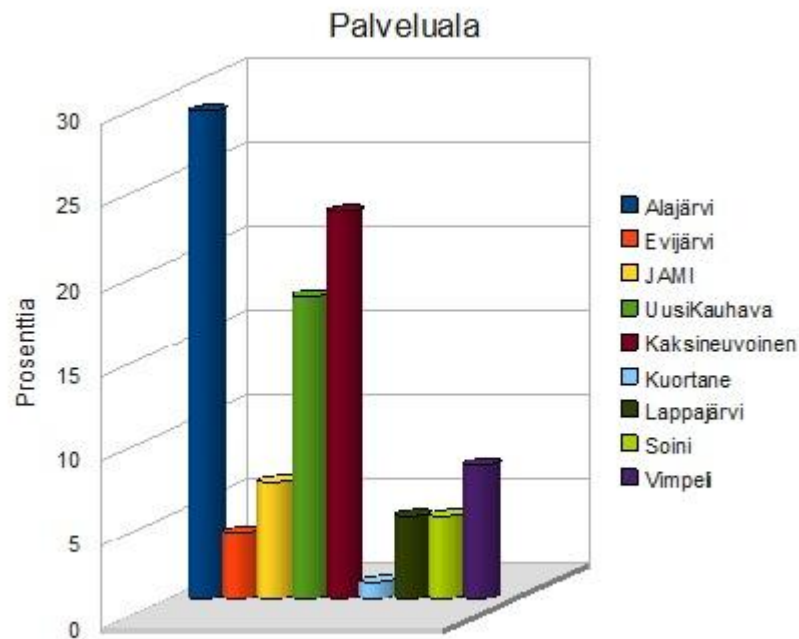
Kuvio 2 Ikäjakautta

Kolmannessa kuviossa käy ilmi vastauksen antaneiden tietotekniikan käyttökokemus. Kyselyn tulokset paljastavat, että suurimmalla osalla vastaajista on käyttökokemusta yli viisi vuotta. Alle puolenvuoden käyttökokemus oli 11 vastaajalla, vuoden kokemus oli 9 vastaajalla, 2-3 vuotta kokemusta oli 28 vastaajalla, 4-5 vuotta kokemusta oli 35 vastaajalla ja yli 5 vuotta käyttökokemusta oli 460 käyttäjällä.



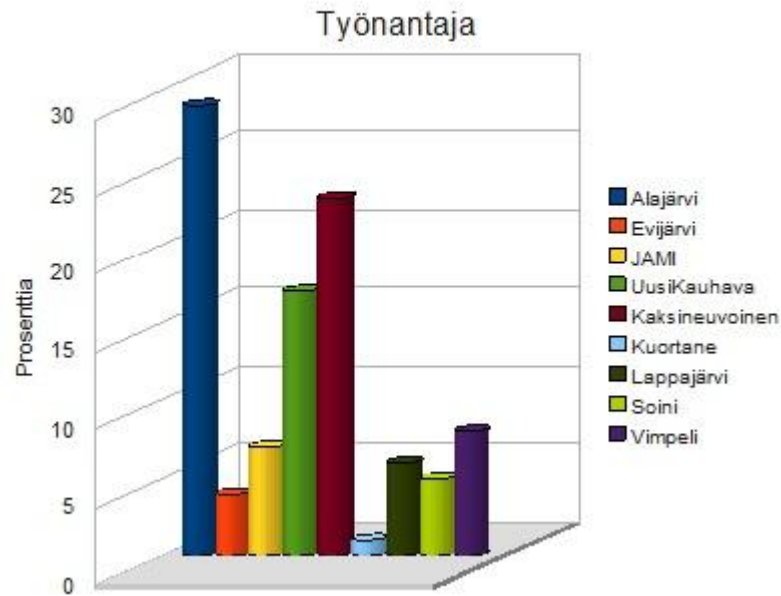
Kuvio 3 Tietotekniikan käyttökokemus

Neljännessä kuviossa käydään läpi, millä palvelualalla vastaaja on. Perusturva-terveyspalvelun vastaajia oli eniten. Palvelualoittain perusturva-sosiaalipalveluissa oli 105 vastaajaa, perusturva-terveyspalveluissa 158 vastaajaa, vapaa-aikapalveluissa oli 13 vastaajaa, kirjastopalveluissa 10 vastaajaa, teknisissä palveluissa 54 vastaajaa, opetus ja koulutuspalveluissa 130 vastaajaa, kulttuuri ja matkapalveluissa 7 vastaajaa ja hallinnossa 66 vastaajaa.



Kuvio 4 Palveluala

Viimeisenä eli viidentenä kuviona käydään vastaajat läpi työnantajittain. Eniten vastauksia tuli Alajärven työntekijöiden parista. Heitä oli 156 vastaajaa, Evijärvellä oli 25 vastaajaa, JAMl:lla oli 39 vastaajaa, Kauhavalla oli 95 vastaajaa, Kaksineuvoisella oli 124 vastaajaa, Kuortanella oli 6 vastaajaa, Lappajärvellä 30 vastaajaa, Soinissa 26 vastaajaa ja Vimpelissä 42 vastaajaa.



Kuvio 5 Työnantaja

4.2 Tulosten analysointi

Kokonaisvastausprosentti oli noin 25 prosenttia, eli 543 henkilöä noin 2200 kyselyn vastaanottaneesta henkilöstä. Vastausprosentti olisi voinut olla suurempi, mutta vastaamatta jättäminen voi olla helpompaa, koska kyseessä oli sähköpostikysely. Tulokset analysoidaan ryhmittäin, ryhmien määreenä toimii kyselyn ryhmitely.

4.2.1 Perustiedot

Edellä on jo käyty läpi perustiedot, palataksemme niihin vielä. Naisilla oli huomattavasti suurempi vastausprosentti kuin miehillä. Ikähaarukka 45 - 54 vuotta vastasi suurimmalla prosentilla. Tietoteknisen kokemuksensa suurin osa vastaajista sanoi olevan yli 5 vuotta. Suurimman vastausprosentin palvelualalla mitattuna antaa perusturva- terveysterveyst. Alajärven henkilökunta vastasi suurimmalla vastausprosentilla.

4.2.2 Palvelun laatu

Palvelun laadun mittarina olivat ystävällisyys, yhteistyökyky, kuinka helppoa työntekijöitä oli lähestyä, nopeus, joustavuus, ammattitaitoisuus, huolellisuus, ongelmien ratkontakyky, palveluiden tarjonta ja uusien palveluiden hankinta.

Suurin osa vastaajista piti palvelua ystävällisenä, seuraavaksi suurimman vastausprosentin sai vaihtoehto neutraali. Yhteistyökysymykseen suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että Järvinetin työntekijät ovat yhteistyökykyisiä ja kuten edellisessä, toiseksi suurimman prosenttimäärän sai neutraali. Melkein puolet vastaajista olivat sitä mieltä, että Järvinetin työntekijöitä on helppo lähestyä ja jälleen toiseksi suurin prosenttimäärä oli neutraali. Monesti hyvä ensivaikutelma ratkaisee. Kuten (Lundberg, 2002.) kirjoittaa kirjassaan, koskaan et saa uutta tilaisuutta tehdä hyvää ensivaikutelmaa

Nopeus kysymykseen suurin osa vastaajista on vastannut neutraali ja toiseksi suurimman prosenttimäärän sai vaihtoehto nopeaa. Vastaukset tuovat myös julki, että melkein puolet vastaajista on sitä mieltä, että Järvinetin työntekijät ovat joustavia ja toiseksi suurin prosenttimäärä oli neutraalilla vastausvaihtoehdolla. Huomattavasti yli puolet vastaajista mieltää Järvinetin työntekijät ammattitaitoisiksi ja toiseksi eniten vastauksia on tullut vaihtoehtoon neutraali. Palvelun huolellisuudesta kysyttäessä, yli puolet vastanneista pitää palvelua huolellisena ja jälleen neutraali saa toiseksi suurimman prosenttimäärän.

Vastanneiden mielestä ongelmien ratkontakyky on hyvä ja toiseksi suurimman vastausprosentin antoi jälleen neutraali. Palveluiden tarjonnasta mielipiteet jakautuivat siten, että puolet pitää tarjontaa hyvänä ja toiseksi eniten vastausmääriä sai neutraali. Kun on kyse uusien palveluiden hankinnasta äänet jakautuvat puoliksi tyytyväisille ja toinen puolisko neutraalille.

4.2.3 Vasteaika

Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että puhelimitse avun saaminen oli melko helppoa ja neljäsosa vastasi, että melko vaikeaa. Ja kun henkilö piti saada paikan-

päälle auttamaan, niin puolet oli sitä mieltä että se oli melko nopeaa. Kolmasosa oli sitä mieltä, että se oli melko vaikeaa. Ongelman ilmetessä ratkaisunopeus oli puolien vastaajien mielestä melko nopeaa, melko hitaaksi palvelut mieltää neljäsosa vastaajista.

4.2.4 Oman työympäristön ohjelmat ja tietotekniset laitteet

Välillä on täysin Järvinet Oy:stä riippumatonta, voiko se toimittaa kaikkea mitä asiakas vaatii. Tästä johtuen kysymyksessä on esitetty Järvinet kuin myös työnantaja. Yli puolet vastaajista ovat sitä mieltä, että työnantaja / Järvinet pystyy toimittamaan tarvittavat ohjelmat ja tietotekniset laitteet joita he tarvitsevat töissä. Toiseksi suurimman vastausprosentin antoi kohta, pystyy välttävästi toimittamaan.

Reilusti yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että heillä on kaikki työssä tarvitsemansa laitteet ja ohjelmat, kun taas kolmas vastasi kieltävästi tähän. Yli puolet vastaajista saa riittävän helposti työssään tarvitsemiaan ohjelmia ja laitteita. Neljäsosa oli sitä mieltä, että he saavat niitä välttävästi.

4.2.5 Mielipide palveluista

Tiedottamiseen vastaajat olivat melko tyytyväisiä 35,8% ja tyytyväisiä 31,7%. Noin 16% vastaajista ei käytä tätä palvelua ollenkaan. Hankintapalveluun 25,3% vastaajista oli tyytyväisiä ja 22,1% melko tyytyväisiä, hankintapalvelua ei käyttänyt 41,5% käyttäjistä. E-kirjeen välityspalveluun 22,7% vastaajista oli tyytyväisiä ja 12,2% melko tyytyväisiä. Tätä palvelua ei käyttänyt 58,7% vastaajista.

Henkilöturvajärjestelmään ja -palveluun 10% vastaajista oli tyytyväisiä ja 6,8% melko tyytyväisiä, 78,8% ei käyttänyt kyseistä palvelua. Ohjelmisto koulutukseen 22,5% oli tyytyväisiä ja 19,9% melko tyytyväisiä. 42,6% ei käyttänyt ohjelmistokoulutus palvelua. Ohjelmistopalveluihin 25% oli melko tyytyväisiä ja 22,7% oli tyytyväisiä. Ohjelmistopalveluita ei käyttänyt 39% vastanneista.

Puhepalveluihin 23% oli melko tyytyväisiä ja 21,5% tyytyväisiä. Puhepalveluita ei käyttänyt ollenkaan 42,9% vastaajista. Internetin kautta lähetettäviin ryhmäteksti-

viesteihin 19,9% oli tyytyväisiä ja 14,4% melko tyytyväisiä, tätä palvelua ei käyttänyt 59,5% vastanneista. Sähköpostipalveluun 36,8% oli tyytyväisiä ja 23% melko tyytyväisiä. 21,4% ei käyttänyt kumpaakaan Järvinetin tuottamasta sähköpostijärjestelmästä.

Tietoliikenne palveluihin tyytyväisiä oli 33,9% vastaajista ja 23,9% oli melko tyytyväisiä. 35,4% ei käyttänyt kyseistä palvelua ollenkaan. Tietoturvapalveluihin 40,5% oli tyytyväisiä ja 22,6% melko tyytyväisiä. 19,3% ei käyttänyt tietoturvapalvelua ollenkaan. Videovalvonta palveluun oltiin tyytyväisiä 5,3% ja melko tyytyväisiä 5,2%, suurin osa eli 86,9% vastaajista ei käyttänyt tätä palvelua lainkaan.

Ylläpito-, asennus- ja korjauspalveluun oli melko tyytyväisiä 33% ja tyytyväisiä 32% 21,4% ei käyttänyt tätä palvelua lainkaan. Väestötietojen välityspalveluun oli 19,2% vastaajista tyytyväisiä ja melko tyytyväisiä 12,2%, 62,2% vastaajista ei käyttänyt tätä palvelua ollenkaan. Järvinet.fi portaali palveluun vastaajat oli melko tyytyväisiä 27,8% ja tyytyväisiä 21,9%, portaali palvelua ei käyttänyt 42,4% vastaajista.

4.2.6 Palvelun kehittäminen

Varsinainen asiakastyytyväisyyskysymys tämä ei ollut. Mutta kysymys saattaa edesauttaa asiakastyytyväisyyden parantamisessa. Kysymyksessä kyseessä oli helpdesk -palvelu. Tässä kysymyksessä selviteltiin, että olisiko vastaajat valmiita käyttämään helpdesk -palvelua ns. ei kiireellisissä toimeksiannoissa. Yli puolet 57,5% oli sitä mieltä, että he voisivat käyttää kyseistä palvelua ja loput antoivat kielteisen vastauksen.

Kysymys myös viittasi asiakastyytyväisyyden parantamiseen. Siinä selviteltiin, mikä palvelumuoto sopii parhaiten. Puolet 50,8% oli sitä mieltä, että paikanpäälle tuleminen olisi paras vaihtoehto ja toiseksi suosituin vaihtoehto oli ongelmien hoitaminen puhelimitse.

Viimeinen kysymys oli sana vapaa laatikko, johon sai kirjoittaa omia ajatuksia joita ei voinut kysymysten vastausten kautta tuoda esille. Kritiikkiä ja positiivista palautetta sai niin Järvinet Oy, kuin myös itse asiakastyytyväisyyskysely.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Asiakastyytyväisyys tutkimusta tehtäessä tutkimuksen laatu peilaa suoraan tehdyn taustatyön määrään. Mitä enemmän taustatyötä on tehty, niin sen helpompi on tutkimusta aloittaa tekemään ja viedä se kokonaisuudessaan läpi. Kuten kirjallisuudessaakin kerrottiin, niin aiheen tulee olla kiinnostava, jotta kiinnostus tutkimusta kohtaan säilyy loppuun asti. Tätä tutkimusta suorittaessa jo pelkät lähtökohdat olivat erittäin kiinnostavat, koska Järvinet Oy:n omistavat heidän omat asiakkaansa.

Järvinet Oy on jossain määrin ihanteellinen työntilaaaja siinä määrin, koska siellä on valmiina työkalut, jolla tehdä tutkimus ja on myös valmiina ns. asiakasrekisteri, joka täytyi vain ”valjastaa” tutkimuksen kyselyä varten. Kyselyn jatkuvuudenkin järjestäminen on helppoa, koska Järvinet Oy:n oma henkilökunta on niin osaavaa, ettei suurempia opastuksia tarvitse suorittaa.

Järvinet odotti tutkimukselta informaatiota siitä mitä palveluita tulisi kehittää laadullisesti ja mitä taas määrällisesti. Kysely oli hyvä pohja sille, että Järvinet Oy voisi tarkastella onko heidän aikaisemmin miettimät vahvuudet ja ongelmakohdat samat myös asiakkaiden mielestä. Tuloksia tultaisiin käyttämään toiminnan kehittämisesä ja kysely tultaisiin toistamaan jatkossakin. Vaikkakin vastausprosentti ei ollut 25 prosenttia enempää, saatiin kasaan paljon informaatiota siitä missä tulisi palvelua parantaa

Webropol työkaluna on toiminut tätä tutkimusta tehtäessä erittäin hyvin. Työkalun käyttäminen oli luontevaa, koska sen käyttöoikeus Järvinet Oy:llä oli valmiiksi, näin ollen suljettiin pois mahdollinen paperilla tehtävä kysely. Webropolin käyttö työkaluna ei ollut kovin hankalaa ja muutenkin sen automatisoitu käyttöliittymä helpotti varsinaisen kyselyn tekoa huomattavasti vrt. paperilla tehtyyn kyselyyn. Webropol järjestelmällä kysely lähetetään esimerkiksi sähköpostiin, jossa tulee mukana Internet linkki, millä voi kyselyyn osallistua. Työkalu piti myös kirjaa osallistuneista ja niistä jotka eivät olleet osallistuneet. Näin ollen kyselyn lähettäminen uudestaan niille, jotka eivät olleet kyselyyn vastanneet oli helppoa.

Vastausten kokonaisprosentti jäi n.25%:tiin. Odotukset vastausten määrästä olivat suuremmat, mutta kyselyn luonne ja toteutustapa saattoivat karsia vastaajia. Sähköpostilla toimitettu kysely saattaa jäädä helpommin huomaamatta ja ei välttämättä ole yhtä uskottavan oloinen kuin paperilla tehty kysely. Paperille tehtävä kysely vie enemmän aikaa ja on näin uskottavampi.

Yleisesti katsoen vastaajat ovat olleet tyytyväisiä Järvinetin tuottamiin palveluihin. Vastaus vaihtoehtoista olisi pitänyt jättää pois neutraali vaihtoehto, näin ollen kyselyyn vastanneen olisi pitänyt valita hyvän ja huonon väliltä. Mikään palvelu ei saanut murska kritiikkiä, muttei myöskään erinomaista palautetta. Muutamassa kohtaan tuloksia saattoi sotkea se, ettei kyselyyn vastannut tiennyt käyttävänsä palvelua tai ei osannut sanoa mielipidettään ja näin ollen vastasi, ettei käytä palvelua. Muuten vastausten perusteella palvelun voisi sanoa olevan keskitasoa tai keskitason yläpuolella.

LÄHTEET

- Anttila, A-H., Melin, H., Räsänen, P. 2005. Tutkimus menetelmien pyörteissä. WS Bookwell Oy
- Anttila, K. & Kupari, K. 2004. Orimattilan terveystieteiden vuodeosastojen asiakastyytyväisyyskysely. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Lahden yksikkö. Opinnäytetyö. Julkaisematon
- Hirsjärvi, S., Liikanen, P., Remes, P., Sajavaara, P. 1988. Tutkimus ja sen raportointi Gummerus Oy
- Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2005. Tutki ja Kirjoita. Gummerus Kirjapaino Oy
- Jokelainen, V. & Ruuska-Rappu, K. 2007. Asiakastyytyväisyyskysely Jyväskylän kaupungin vammaispalvelusta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Sosiaali- ja terveystieteiden yksikkö. Opinnäytetyö. Julkaisematon
- Järvelin, K., Kvist, H-H., Kähäri, P. & Räikkönen, J. 1992. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. Jyväskylä. Gummerus
- Järvinet Oy. 2011. [Verkkosivu]. Järvinet Oy:n ICT-palvelut. [Viitattu 15.10.2011]. Saatavana: <http://www.jarvinet.fi/Fin/ICT-Palvelut>
- Järvinet Oy. 2011. [Verkkosivu]. Järvinet Oy. [Viitattu 18.10.2011]. Saatavana: <http://www.jarvinet.fi/>
- Kodinavux. 2011. [Verkkosivu]. Kodinhoidon asiakastyytyväisyyskysely. [Viitattu 20.09.2011]. Saatavana: http://www.kodinavux.fi/kysely_kodinhoito.php
- Lounasaho, T. 2006. Asiakastyytyväisyyskysely satalaskenta oy:lle. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Talouden ja hallinnon koulutusohjelma. Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto. Opinnäytetyö. Julkaisematon
- Lundberg, T. 2002. Palvele, vaikuta, menesty! Asiakaspalvelun ABC, Gummerus Kirjapaino Oy
- Matkapojat. 2011. [Verkkosivu]. Ryhmämatkan asiakastyytyväisyystutkimus. [Viitattu 02.09.2011]. Saatavana: <https://research.innolink.fi/tutkimus/matkapojat/121/>
- Nordman-Sjöberg, S & Nieminen, J. 1998. Hyvään asiakaspalveluun tiimityöllä. Helsinki. Oy Edita Ab

- Nybrok Oy. 2011. [Verkkosivu]. Asiakastyytyväisyyskysely. [Viitattu 15.08.2011]. Saatavana: <http://www.nybrok.com/asiakastyytyvaisyyskysely.htm>
- Pesonen, H-L, Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä. PS-kustannus
- Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi
- Rope, T. 2004. Business to Business-markkinointi. Porvoo. WSOY
- Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? . Keuruu Otavan Kirjapaino Oy
- Webropol. 2011 [Verkkosivu]. Webropol toteuta kyselyt vaivattomasti. [Viitattu 23.10.2011]. Saatavana: <http://w3.webropol.com/finland>

LIITTEET

LIITE 1 Kyselyn luonti

2. KYSELYN LUONTI

2.1 Pikaopas

Tämän pikaoppaan tarkoituksena on antaa lyhyt kuvaus siitä palvelustamme sekä näyttää, kuinka rakennat peruskyselyn ja lähetät sen sähköpostitse vastaanottajille. Kattavammin kyselyn luomista ja eri lähetysvaihtoehtoja on kuvattu tämän oppaan muissa luvuissa.




Kyselyn luonti:

1. Valitse päävalikosta "Kyselyt"
2. Valitse "Uusi kysely" ja anna kyselylle haluamasi otsikko
3. Valitse kysymyslistan alta "Lisää kysymys"
4. Valitse kysymystyyppi "Valinta"
 - a. Kirjoita kysymys *Sukupuoli*
 - b. Kirjoita vaihtoehdot *Nainen* ja *Mies* kukin omalle rivilleen
 - c. Paina "Tallenna"
5. Valitse kysymystyyppi "Asteikko"
 - a. Kirjoita kysymys *Arvioi*
 - b. Kirjoita asteikon arvot: *5,4,3,2,1* kukin omalle rivilleen
 - c. Kirjoita arvioitavat asiat: *Palvelu, Ystävällisyys* ja *Hinta-laatusuhde* kukin omalle rivilleen
 - d. Paina "Tallenna"

LIITE 2 Perusraportti

5. PERUSRAPORTTI

Perusraportti on reaaliaikainen yhteenveto kaikista vastauksista. Perusraportista selviää mm. kokonaisvastaajamäärä, vastausten jakauma kokonaisluvuina ja prosentteina, vastausten keskiarvo, sekä avoimet vastaukset. Avoimien vastausten perässä näkyvästä  painikkeesta saadaan näkyviin kyseisen vastaajan tiedot (toiminto ei ole käytössä anonyymikyselyissä). Perusraportti saadaan avattua PDF muodossa raportin vasemmasta alareunasta löytyvästä PDF-ikonista. Perusraportti sisältää myös neljä painiketta, joista raportille voidaan tehdä seuraavia jatkotoimenpiteitä:

1. Nähdä yksittäisten vastaajien vastaukset (Katso: 5.2 Vastaajien listaus)
2. Saada raportista sähköinen tallenne (Katso: 5.3 E-raportti)
3. Siirtää kyselyn raakadata exceliin (Katso: 5.4 Excel raportti)
4. Suodattaa vastauksia (Katso: 5.5 Suodatus)

4.

Raportointi >> Perusraportti Harjoitus

1.

Vastaajien listaus

2.

Kopio e-raporttiin

3.

Vie tulokset Exceliin

4.

Luo suodatus

Kyselyn nimi	Harjoitus
Kyselyn tekijä	Koulutusp
Kysely luotu	29.10.2008 18:07:18
Vastausajankohta	
Vastaajien kokonaismäärä	53

5.1. Vastaajien listaus

vastaajien listaus painikkeen takaa voidaan:

1. nähdä lista vastanneista
2. nähdä vastaajan tiedot sähköpostikyselyissä, sekä julkisissa kyselyissä joihin on liitetty yhteystietolomake
3. nähdä vastaajan vastaukset lomakemuodossa, sekä voidaan tarvittaessa muokata hänen antamia vastauksia 
4. nähdä vastaajan vastaukset raporttimuodossa 
5. nähdä kyselyn aloitus-, sekä lopetusaika
6. kopioida vastaajat toiseen kyselyyn 
7. lähettää vastanneille sähköpostia 
8. poistaa vastaajia ruksaamalla ruutu haluttujen vastaajien vasemmalta puolelta ja klikkaamalla "poista" painiketta 
9. avata lista PDF muodossa 

LIITE 3 Perustiedot

Asiakastyytyväisyys

Perustiedot

1) Sukupuoli *
☒ Mies ☐ Nainen


2) Ikä *
☒ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-

3) Tietotekniikan käyttökokemus *
☒ Alle puoli vuotta ☐ Yksi vuosi ☐ 2-3 vuotta ☐ 4-5 vuotta ☐ Yli 5 vuotta

4) Palveluala *
☒ Perusturva-sosiaalipalvelut
☐ Perusturva-terveyspalvelut
☐ Vapaa-aikapalvelut
☐ Kirjastopalvelut
☐ Teknisetpalvelut
☐ Opetus ja koulutuspalvelut
☐ Kulttuuri ja matkailupalvelut
☐ Hallinto

5) Työnantaja *
☒ Alajärvi ☐ Evijärvi ☐ JAMI ☐ Kauhava ☐ Kaksineuvoinen
☐ Kuortane ☐ Lappajärvi ☐ Soini ☐ Vimpeli

Seuraava -->



LIITE 4 Palvelun laatu

Asiakastyytyväisyys

Palvelun laatu

6) Ystävällisyys *

☒ Erittäin ystävällinen ☐ Ystävällinen ☐ Neutraali ☐ Melko töykeä ☐ Töykeä

7) Yhteistyökyky *

☒ Erittäin yhteistyökykyisiä ☐ Yhteistyökykyisiä ☐ Neutraali ☐ Melko yhteistyökyvyttömiä ☐ Ei ole yhteistyökykyisiä

8) Onko työntekijöitä helppo lähestyä *

☒ Erittäin helppo ☐ Helppo ☐ Neutraali ☐ Melko vaikea ☐ Vaikea

9) Nopeus *


☒ Erittäin nopeaa ☐ Nopeaa ☐ Neutraali ☐ Melko hidas ☐ Hidas

10) Joustavuus *

☒ Erittäin joustavaa ☐ Joustavaa ☐ Neutraali ☐ Melko tahmeaa ☐ Erittäin tahmeaa

11) Ammattitaitoisuus *

☒ Erittäin ammattitaitoisia ☐ Ammattitaitoisia ☐ Neutraali ☐ Melko osaamattomia ☐ Osaamattomia



Asiakastyytyväisyys

12) Huolellisuus *

☒ Erittäin huolellista ☐ Huolellista ☐ Neutraali ☐ Melko huolimaton ☐ Huolimaton

13) Ongelmien ratkontakyky *


☒ Erittäin hyvä ☐ Hyvä ☐ Neutraali ☐ Melko huono ☐ Huono

14) Palveluiden tarjonta *


☒ Erittäin hyvä ☐ Hyvä ☐ Neutraali ☐ Melko huono ☐ Huono

15) Uusien palveluiden hankinta *

☒ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Neutraali ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön



LIITE 5 Vasteaika

Asiakastyytyväisyys
Vasteaika
16) Avun saaminen ongelmiin puhelimitse *
<input type="radio"/> Helppoa <input type="radio"/> Melko helppoa <input type="radio"/> Melko vaikeaa <input type="radio"/> Vaikeaa
17) Avun saanti paikanpäälle *
<input type="radio"/> Nopeaa <input type="radio"/> Melko nopeaa <input type="radio"/> Melko hidasta <input type="radio"/> Hidasta
18) Ongelmien ratkaisunopeus *
<input type="radio"/> Nopea <input type="radio"/> Melko nopea <input type="radio"/> Melko hidas <input type="radio"/> Hidas
Oman työympäristön ohjelmat ja tietotekniset laitteet
19) Pystyykö Työnantajasi tai Järvinet toimittamaan työssäsi tarvittavat ohjelmat / laitteet *
<input type="radio"/> Pystyy toimittamaan <input type="radio"/> Pystyy välttävästi toimittamaan <input type="radio"/> Ei pysty toimittamaan
20) Onko sinulla käytössä kaikki tarvitsemasi ohjelmat / laitteet *
<input type="radio"/> Kyllä on <input type="radio"/> Ei ole
21) Saatko helposti Työnantajaltasi / Järvinetiltä työssäsi tarvitsemia ohjelmia / laitteita *
<input type="radio"/> Saan helposti <input type="radio"/> Saan riittävän helposti <input type="radio"/> Saan välttävästi <input type="radio"/> En saa
<div><div><-- Edellinen</div><div>Seuraava --></div></div> <div></div>

LIITE 6 Mielpide palveluista

Asiakastyytyväisyys

Mielpide palveluista

22) Tiedottaminen *

☐ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Melko tyytyväinen ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön

☐ Erittäin tyytymätön ☐ En käytä kyseistä palvelua

23) Hankintapalvelut (yhteishankinnat, hankintojen konsultointi) *

☐ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Melko tyytyväinen ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön

☐ Erittäin tyytymätön ☐ En käytä kyseistä palvelua

24) E-kirjeen välityspalvelut *

☐ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Melko tyytyväinen ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön

☐ Erittäin tyytymätön ☐ En käytä kyseistä palvelua

25) Henkilöturvajärjestelmä ja -palvelu (Avack-alert hälytyspainikkeet, hälytysten lähetys, hälytysten vastaanotto) *


☐ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Melko tyytyväinen ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön

☐ Erittäin tyytymätön ☐ En käytä kyseistä palvelua

26) Ohjelmistokoulutuspalvelut *

☐ Erittäin tyytyväinen ☐ Tyytyväinen ☐ Melko tyytyväinen ☐ Melko tyytymätön ☐ Tyytymätön

☐ Erittäin tyytymätön ☐ En käytä kyseistä palvelua



Asiakastyytyväisyys

27) Ohjelmistopalvelut 1. Taloudenohjaus, Logica; Pro Economica 2. Ostolaskujen kierrätys 3. Henkilöstöhallinto, Logica; Pro Excellenta 4. Sosiaalitoimi, Logica; Pro Consona 5. Populus matkalaskujärjestelmä 6. Web-tallennus 7. A. Www-julkaisujärjestelmä *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

28) Puhepalvelut ja puhelinjärjestelmät (Alcatel OmniPCX Enterprise, VOIP-järjestelmä, analogiset ja digitaaliset puhelimet, DECT-järjestelmät, IP-puhelimet) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

29) Internetin kautta lähetettävät Ryhmätekstiviestit *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

30) Sähköpostipalvelu (Open Xchange, Zimbra) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

31) Tietoliikennepalvelut (Runkoverkko, joka yhdistää kunnat ja ADSL/VDSL yhteydet vuokraohdoin) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

32) Tietoturvapalvelut (Virusturva- ja palomuuriohjelmistot. Tietoturvakoulutus ja ohjeistus) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

<-- Edellinen

Seuraava -->



Asiakastyytyväisyys

33) Videovalvontapalvelut (Tallentava videovalvontajärjestelmä, Kamerat, Asennus, ja Ylläpito (ASAN-järjestelmä) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

34) Ylläpito-, asennus ja korjauspalvelut (Työasemat, Palvelimet, Ohjelmistot, Verkot ja verkkojen laitteet ja puhelinjärjestelmät) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

35) Väestötietojen välityspalvelu (väestörekisterikeskus) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

36) Portaali palvelut (Mielpide Järvinet.fi osoitteesta, kuinka kattavasti se palvelee / informoi) *

- ☐ Erittäin tyytyväinen
 ☐ Tyytyväinen
 ☐ Melko tyytyväinen
 ☐ Melko tyytymätön
 ☐ Tyytymätön
☐ Erittäin tyytymätön
 ☐ En käytä kyseistä palvelua

<-- Edellinen

Seuraava -->



LIITE 7 Palvelun kehittäminen

Asiakastyytyväisyys

Palvelun kehittäminen

37) Sähköisen Helpdesk -järjestelmän avulla asiakkaat voivat itse kirjata Internetin kautta asiakaspyyntöjä asiakasneuvonnan ratkaistavaksi. Olisitteko valmiit käyttämään tämän kaltaista palvelua EI-kiireellisissä toimeksiannoissa? *

☐ Kyllä ☐ Ei

38) Mikä on mielestäsi paras tyyli hoitaa ongelma? *


☐ Paikanpäälle tuleminen ☐ Puhelimitse ☐ Sähköposti ☐ Helpdesk

39) SANA VAPAA : Tähän voitte kirjoittaa ajatuksianne yms, mitä ei kysymyksissä tullut esille Järvinet Oy:öön liittyen

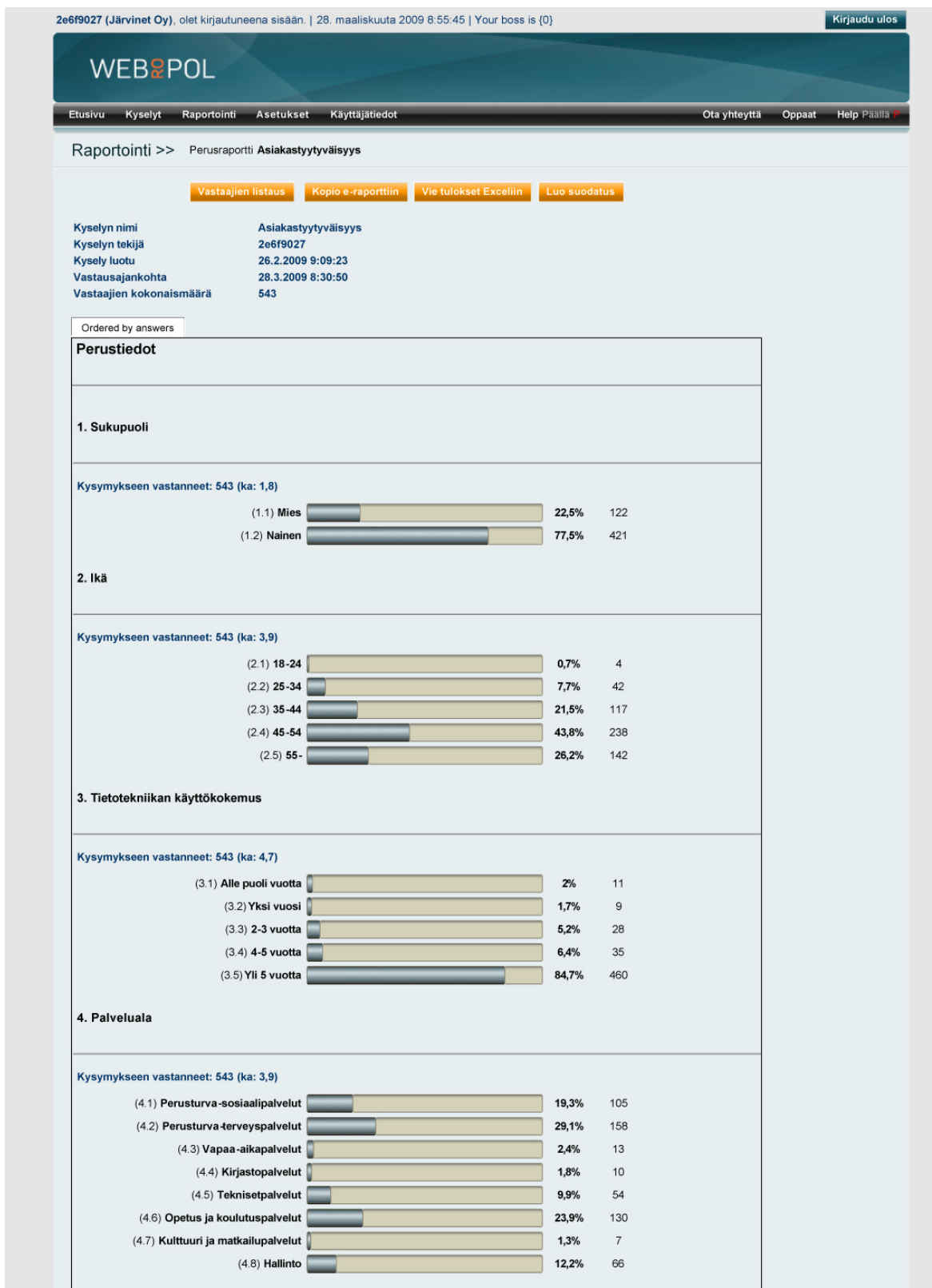
Kiitos vastauksistasi

<-- Edellinen

Lähetä

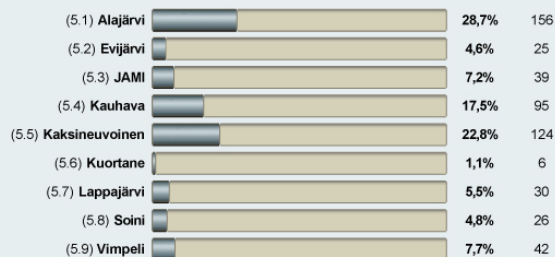


LIITE 8 Raportointi / Perustiedot



5. Työnantaja

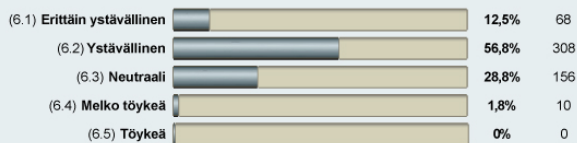
Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 4)



Palvelun laatu

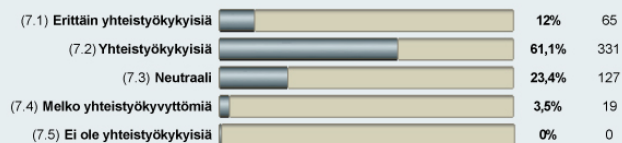
6. Ystävällisyys

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)



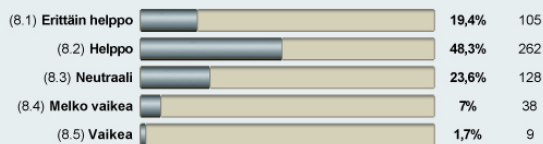
7. Yhteistyökyky

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)



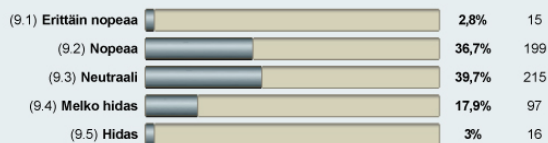
8. Onko työntekijöitä helppo lähestyä

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)



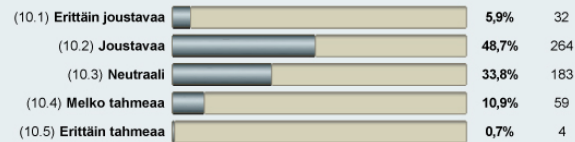
9. Nopeus

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,8)



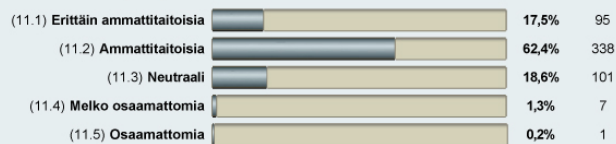
10. Joustavuus

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,5)



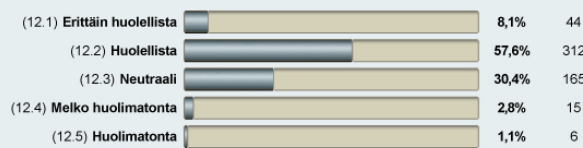
11. Ammattitaitoisuus

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2)



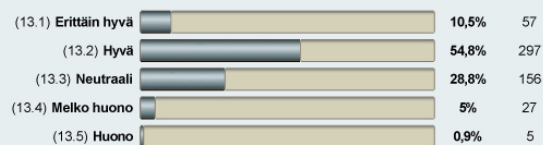
12. Huolellisuus

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,3)



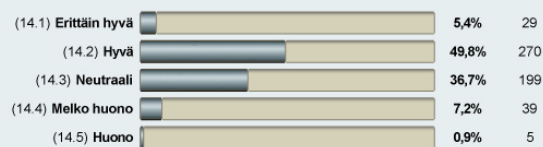
13. Ongelmien ratkontakyky

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,3)



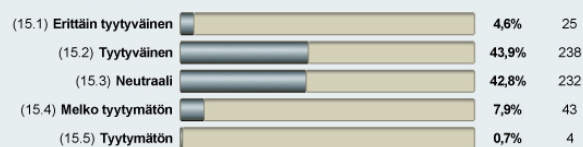
14. Palveluiden tarjonta



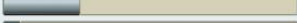
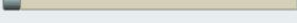



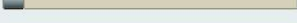
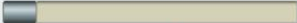


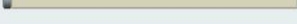

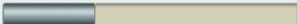


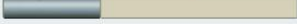
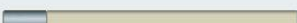


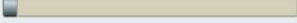
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,5)



15. Uusien palveluiden hankinta

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,6)

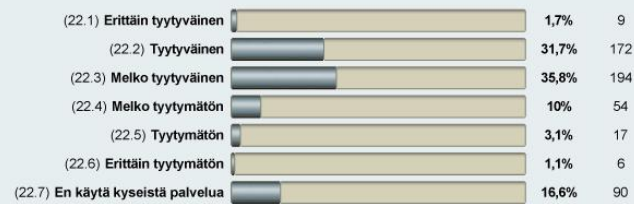


Vasteaika			
16. Avun saaminen ongelmiin puhelimitse			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)			
(16.1) Helppoa		14,6%	79
(16.2) Melko helppoa		53,7%	291
(16.3) Melko vaikeaa		26,2%	142
(16.4) Vaikeaa		5,5%	30
17. Avun saanti paikanpäälle			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,4)			
(17.1) Nopeaa		6,3%	34
(17.2) Melko nopeaa		53,9%	292
(17.3) Melko hidasta		33%	179
(17.4) Hidasta		6,8%	37
18. Ongelmien ratkaisunopeus			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)			
(18.1) Nopea		11,1%	60
(18.2) Melko nopea		59,8%	324
(18.3) Melko hidas		26,6%	144
(18.4) Hidas		2,6%	14
Oman työympäristön ohjelmat ja tietotekniset laitteet			
19. Pystyyko Työnantajasi tai Järvinet toimittamaan työssäsi tarvittavat ohjelmat / laitteet			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 1,4)			
(19.1) Pystyy toimittamaan		65,7%	356
(19.2) Pystyy välttävästi toimittamaan		31%	168
(19.3) Ei pysty toimittamaan		3,3%	18
20. Onko sinulla käytössä kaikki tarvitsemasi ohjelmat / laitteet			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 1,3)			
(20.1) Kyllä on		67%	363
(20.2) Ei ole		33%	179
21. Saatto helposti Työnantajaltasi / Järvinetiltä työssäsi tarvitsemia ohjelmia / laitteita			
Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 2,2)			
(21.1) Saan helposti		14,6%	79
(21.2) Saan riittävän helposti		53,3%	289
(21.3) Saan välttävästi		27,7%	150
(21.4) En saa		4,4%	24

Mielipide palveluista

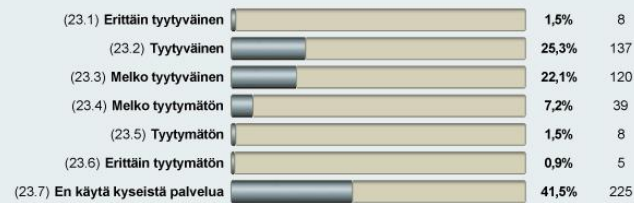
22. Tiedottaminen

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 3,5)



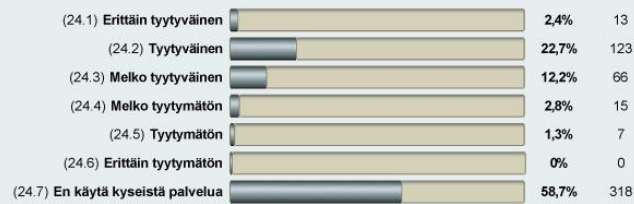
23. Hankintapalvelut (yhteishankinnat, hankintojen konsultointi)

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 4,5)



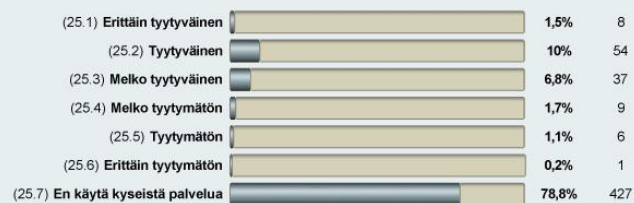
24. E-kirjeen välityspalvelut

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 5,1)



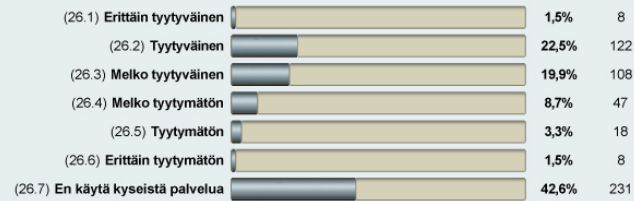
25. Henkilöturvajärjestelmä ja -palvelu (Avack-alert hälytyspainikkeet, hälytysten lähetys, hälytysten vastaanotto)

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 6,1)



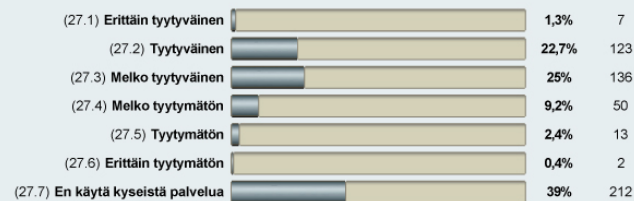
26. Ohjelmistokoulutuspalvelut

Kysymykseen vastanneet: 542 (ka: 4,6)



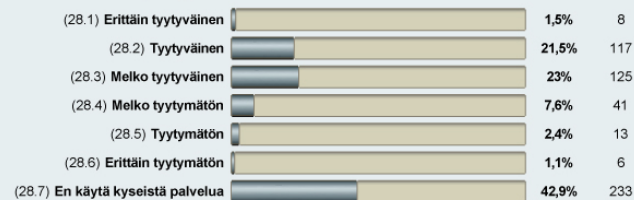
27. Ohjelmistopalvelut 1. Taloudenohjaus, Logica; Pro Economica 2. Ostolaskujen kierrätys 3. Henkilöstöhallinto, Logica; Pro Excellenta 4. Sosiaalitoimi, Logica; Pro Consona 5. Populus matkalaskujärjestelmä 6. Web-tallennus 7. A. Www-julkaisujärjestelmä

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 4,5)



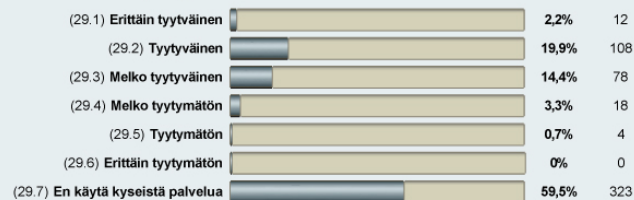
28. Puhelupalvelut ja puhelinjärjestelmät (Alcatel OmniPCX Enterprise, VOIP-järjestelmä, analogiset ja digitaaliset puhelimet, DECT-järjestelmät, IP-puhelimet)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 4,6)



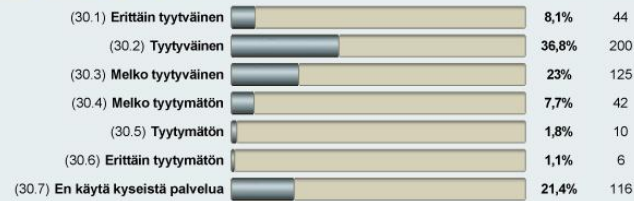
29. Internetin kautta lähetettävät Ryhmätekstiviestit

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 5,2)



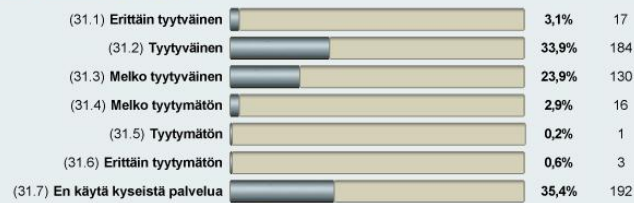
30. Sähköpostipalvelu (Open Xchange, Zimbra)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 3,5)



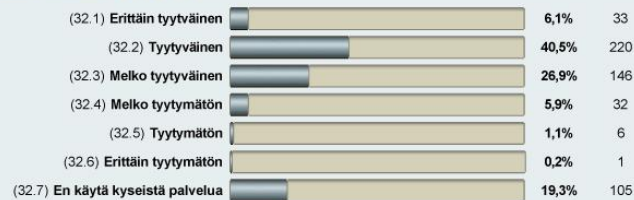
31. Tietoliikennepalvelut (Runkoverkko, joka yhdistää kunnat ja ADSL/VDSL yhdeydet vuokrajohdoin)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 4,1)



32. Tietoturvapalvelut (Virusturva- ja palomuuriohjelmistot. Tietoturvakoulutus ja ohjeistus)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 3,3)



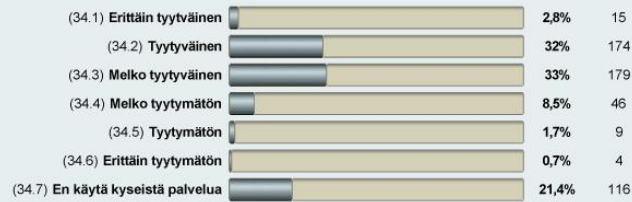
33. Videovalvontapalvelut (Tallentava videovalvontajärjestelmä, Kamerate, Asennus, ja Ylläpito (ASAN-järjestelmä))

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 6,4)



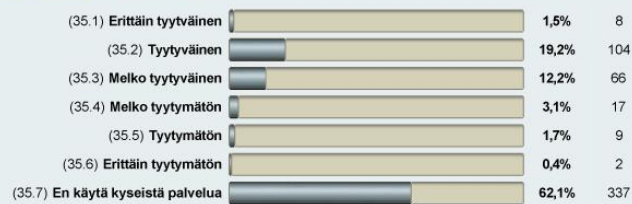
34. Ylläpito-, asennus ja korjauspalvelut (Työasemat, Palvelimet, Ohjelmistot, Verkot ja verkkojen laitteet ja puhelinjärjestelmät)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 3,6)



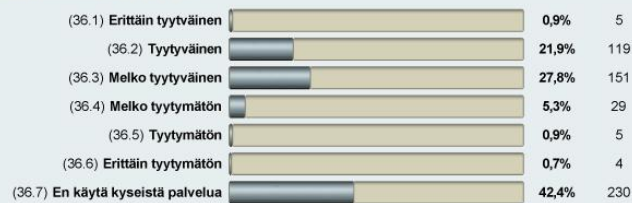
35. Väestötietojen välityspalvelu (väestörekisterikeskus)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 5,3)



36. Portaalipalvelut (Mielipide Järvinet.fi osoitteesta, kuinka kattavasti se palvelee / informoi)

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 4,6)



Palvelun kehittäminen

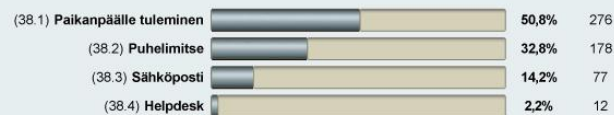
37. Sähköisen Helpdesk järjestelmän avulla asiakkaat voivat itse kirjata Internetin kautta asiakaspyyntöjä asiakasneuvonnan ratkaistavaksi. Olisitteko valmiit käyttämään tämän kaltaista palvelua EI-kiireellisissä toimeksiannoissa?

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 1,4)



38. Mikä on mielestäsi paras tyyli hoitaa ongelma?

Kysymykseen vastanneet: 543 (ka: 1,7)



39. SANA VAPAA : Tähän voitte kirjoittaa ajatuksianne yms, mitä ei kysymyksissä tullut esille Järvinet Oy:öön liittyen

LIITE 9 Muut asetukset

Muutokset tallennetaan aina 'tallenna' painikkeesta.

2.4.2 Muut Asetukset välilehti

Voidaan tehdä seuraavaa:

1. Valita kyselyn sivutusvaihtoehto. Mikäli valitaan sivunvaihdot käyttöön, tai käytetään dynaamista sivutusta, tulee sivunvaihdot luoda erikseen (2.2).

2.4.2

2. Määrittää vain eteenpäin liikkuminen mahdolliseksi lomakkeella.

3. Valita kirjautumissivu käyttöön (5.1), sekä määrittää kyselylomakkeelle ohjaava salasana. Kirjautumissivua käytettäessä kyselyn tulee olla julkinen. Vastaaja pääsee kyselyyn kirjautumissivuosoitteen kautta syöttämällä kyselylle mahdollisesti määritetyn salasanan.

4. Valita kysymysten automaattinen numerointi pois käytöstä.

5. Liittää yhteystietolomakkeen tutkimukseen. Yhteystietolomake muokataan halutunlaiseksi "[Muokkaa]" tekstiä klikkaamalla. Muokattaessa yhteystietolomaketta voidaan määrittää mitkä kentät halutaan näkyviin, sekä mitkä kentät ovat vastaajalle pakollisia vastata. Oletuskenttien tekstejä voidaan myös muokata, sekä lisätä yhteystietolomakkeen yläpuolelle tarkentava selite. Muokkaukset tallennetaan "Tallenna" painikkeesta. Muokkausten jälkeen yhteystietolomake on vielä valittava liitettäväksi tutkimukseen ja tallennettava sen jälkeen uudestaan, mikäli tätä ei tehty ennen muokkaustoimenpiteitä

6. Liittää lomakkeelle alkuselitte. Alkuselitte on ensin muokattava [muokkaa] tekstin takana sijaitsevassa editorissa, ja tallennettava, ennen kuin se voidaan liittää lomakkeelle. Alkuselitte näkyy lomakkeella kyselyn otsikon alapuolella.

LIITE 10 Kyselyn asetukset

2.4 Kyselyn asetukset

Kyselyn asetuksissa määritetään koko kyselylomaketta koskevat asetukset sekä lisätoiminnot. Kyselyn asetukset ovat jaettu kuudelle välilehdelle: Perustiedot, Muut Asetukset, Ulkoasun asetukset, Lisäasetukset, Perusasetukset ja Skriptit.

2.4.1. Perustiedot -välilehti

Voidaan tehdä seuraavaa:

1. muokata kyselyn tallennusnimeä
2. muokata kyselyn otsikkoa tai poistaa se kokonaan
3. valita kyselyn kieli (kaikki kyselyä koskevat oletustekstit näkyvät vastaajalle tällä kielellä)
4. valita vastaustapa sähköpostikyselyille:
 - a. Kerran: vastaaja voi normaalisti vastata vain kerran samasta sähköpostilinkistä
 - b. Muokkaa vanhaa: Vastaaja voi käyttää samaa linkkiä, josta hän on jo kerran vastannut, aikaisempien vastausten muokkaamiseen
 - c. Historia: Vastaaja voi käyttää samaa linkkiä useampaan kertaan, jolloin aikaisemmat vastaukset siirtyvät historiatietoihin
5. valita E-learning käyttöön (maksullinen lisäominaisuus)
6. valita vastausten pisteytys käyttöön (maksullinen lisäominaisuus)
7. valita yhteenvedon sivun vastaajalle (maksullinen lisäominaisuus)
8. valita näytettäväksi yhteenvetosivu, jolloin vastaaja saa yhteenvedon vastauksistaan vastattuaan kyselyyn
9. asettaa kaikki kysymykset pakolliseksi kerralla
10. poistaa pakollisuus kaikista kysymyksistä

The screenshot shows the 'Kyselyn asetukset' (Survey Settings) window with the 'Perustiedot' (Basic Information) tab selected. The settings are organized into a table with columns: Muut asetukset, Ulkoasun asetukset, Lisäasetukset, and Skriptit. The 'Perustiedot' column contains the following settings:

- Tallennusnimi: 1. Harjoitus
- Kyselyn otsikko: 2. Harjoitus
- Kyselyn kieli: 3. Suomi
- Vastaustapa: 4. Kerran
- E-learning: 5. ☐
- Käytä vastausten pisteytystä: 6. ☐
- Näytä yhteenvetosivu: 7. ☐

At the bottom, there are two orange buttons: 'Pakollisuus päälle kaikkien kysymyksien' (8) and 'Pakollisuus pois kaikista kysymyksistä' (9). A 'Tallenna' (Save) button is at the top right.